

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata terus mengalami perkembangan positif dan merupakan salah satu pendukung sektor ekonomi terbesar dan tercepat pertumbuhannya di dunia. Kinerja yang kuat dari sektor pariwisata memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di banyak bagian dunia. Menurut data terbaru dari *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO), kedatangan wisatawan internasional tumbuh sebesar 4,4% pada tahun 2015, mencapai total 1.184 juta wisatawan. 2015 menandai tahun ke-6 berturut-turut pertumbuhan diatas rata-rata, dengan kedatangan internasional meningkat 4% atau lebih setiap tahun sejak pasca krisis tahun 2010. Indeks keyakinan sebagian besar tetap positif untuk tahun 2016. UNWTO memprediksikan kedatangan wisatawan internasional tumbuh sebesar 4% diseluruh dunia pada tahun 2016. Secara regional, Eropa memimpin pertumbuhan secara absolut pada tahun 2015. Kedatangan mencapai 609.000.000 wisatawan atau 29 juta lebih wisatawan dari tahun sebelumnya. Kemudian disusul oleh Asia dan Pasifik, Amerika, Timur Tengah dan yang terakhir adalah Afrika. Namun di tahun 2016, pertumbuhan diperkirakan lebih kuat di Asia dan Pasifik 4 sampai 5%, kemudian Amerika 4 sampai 5%, diikuti oleh Eropa 3,5 sampai 4,5%, Afrika dan Timur Tengah. (*media.unwto.org, 18/01/2016*)

Dilihat dari fenomena yang ada, negara-negara di dunia mempunyai peluang meningkatkan kunjungan wisatawan asing untuk berwisata ke negara-negara diseluruh belahan dunia. Kawasan Asia menempati posisi kedua pangsa pasar dunia pada tahun 2015 dan sangat berpotensi mempunyai peluang yang cukup baik. Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang menjadi tujuan wisata dunia, hal ini dikarenakan Indonesia terbagi menjadi beberapa pulau yang indah, sehingga Indonesia memiliki daerah-daerah wisata yang beragam dan kaya akan kebudayaan yang menjadikan Indonesia sebagai wisata dunia karena beragam atraksi wisata disuguhkan berbeda disetiap daerah di Indonesia.

Banyaknya objek wisata yang ada di Indonesia menyebabkan banyaknya wisatawan, baik itu mancanegara maupun wisatawan nusantara yang berkunjung ke daerah-daerah wisata yang ada di Indonesia. Adapun jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dapat dilihat dalam tabel 1.1.

TABEL 1.1
PERKEMBANGAN WISATAWAN MANCANEGERA KE
INDONESIA TAHUN 2011-2014

Tahun	Jumlah Wisatawan Mancanegara		Rata-Rata Pengeluaran Per Orang (USD)		Penerimaan Devisa	
	Wisman	Pertumbuhan (%)	Per Hari	Per Kunjungan	juta USD	Pertumbuhan (%)
2012	8.044.462	5,16	147,22	1.133,81	9.120,85	6,62
2013	8.802.129	9,42	149,31	1.142,24	10.054,15	10,23
2014	9.435.411	7,19	154,42	1.183,43	11.166,13	11,06

Sumber: bps.go.id

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia terus mengalami peningkatan yang cukup baik dari tahun sebelumnya. Hal ini menandakan bahwa Indonesia berpotensi untuk mendatangkan wisatawan yang lebih banyak lagi untuk tahun-tahun berikutnya. Perkembangan yang dilihat dari Tabel 1.1 belum termasuk perkembangan yang ada pada wisatawan nusantara yang ikut menyumbangkan pendapatan perekonomian Indonesia. Wisatawan nusantara yang berkunjung ke Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan dari tahun 2011-2014. Total perjalanan pada tahun 2011 sebanyak 236.752, tahun 2012 sebanyak 245.290, tahun 2013 sebanyak 250.036, dan pada tahun 2014 mempunyai jumlah perjalanan yang semakin meningkat yaitu sebanyak 275.350. Sedangkan total pengeluaran (triliun rupiah) disetiap tahunnya yaitu pada tahun 2010 berjumlah 137,91, tahun 2011 berjumlah 160,89, tahun 2012 berjumlah 172,85, tahun 2013 berjumlah 177,84 dan tahun 2014 berjumlah 185,65. Hal ini membuktikan bahwa wisatawan nusantara memiliki kontribusi besar bagi perkembangan pariwisata Indonesia.

Setiap daerah yang ada di Indonesia mempunyai potensi yang sangat berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Peningkatan jumlah wisatawan mancanegara maupun nusantara merupakan langkah baik bagi Indonesia dan pemerintah daerah yang daerahnya mempunyai potensi pariwisata yang cukup mumpuni. Staff Ahli Menteri Bidang Kemaritiman Kementerian Pariwisata, Hari Untoro Dradjat, mengatakan “Tidak bisa dipungkiri pembangunan pariwisata di berbagai daerah dengan segala potensi wisata, saat ini gencar melakukan promosi mendatangkan wisatawan.” Salah satu daerah di Indonesia yang mempunyai potensi pariwisata yang kini sedang diminati wisatawan adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. DIY merupakan salah satu provinsi yang memiliki banyak objek wisata diantaranya wisata budaya, wisata seni, wisata *heritage*, wisata alam, dan wisata kuliner. Berikut disajikan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara ke DIY pada tahun 2011-2014.

TABEL 1.2
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DAN
NUSANTARA KE DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA 2011-2015

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Nusantara	
2013	235.893	2.602.074	2.837.967
2014	254.213	3.091.967	3.346.180
2015	308.485	3.813.720	4.122.205

Sumber: Dinas Pariwisata DIY, 2016

Berdasarkan Tabel 1.2, terlihat bahwa kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara ke Daerah Istimewa Yogyakarta setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara pada tahun 2012 mengalami peningkatan dari tahun 2011 yaitu sebesar 1.607.694 menjadi 2.360.173. Begitu pula pada tahun berikutnya, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara mengalami peningkatan yang signifikan. Walaupun jumlah wisatawan mancanegara dan nusantara mengalami peningkatan dalam jumlah perorang, namun untuk pertumbuhan ternyata sangat fluktuatif dan cenderung menurun.

Walaupun pertumbuhan cenderung menurun, namun ternyata tidak mengurangi optimisme pemerintah DIY untuk terus meningkatkan pariwisata didaerahnya. Menurut Kepala Dinas Pariwisata DIY, Agus Riyanta, wisatawan kini memiliki banyak opsi lain ketika berwisata ke wilayah DIY. Kabupaten Gunungkidul saat ini menjadi pilihan pertama diikuti Kabupaten Sleman dan Kulonprogo. Selain banyaknya daya tarik wisata di DIY, sarana dan prasarana penunjang kegiatan pariwisata seperti, akomodasi, restoran/rumah makan, telekomunikasi, tempat hiburan, toko souvenir dan fasilitas lainnya telah tersedia di setiap daerah yang ada di DIY. Dalam memenuhi kebutuhan para wisatawan, selain banyaknya daerah wisata, industri perhotelan merupakan salah satu jenis akomodasi yang penting untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan yang ingin tinggal disuatu tempat dengan waktu tertentu. Di DIY tingkat penghunian kamar (TPK) mengalami pertumbuhan yang fluktuatif. Berikut data Tingkat Penghunian Kamar hotel berbintang dan non-bintang di Yogyakarta dari tahun 2012 sampai 2015.

TABEL 1.3
TINGKAT PENGHUNIAN KAMAR HOTEL BINTANG DAN NON-BINTANG DI DIY TAHUN 2012-2015

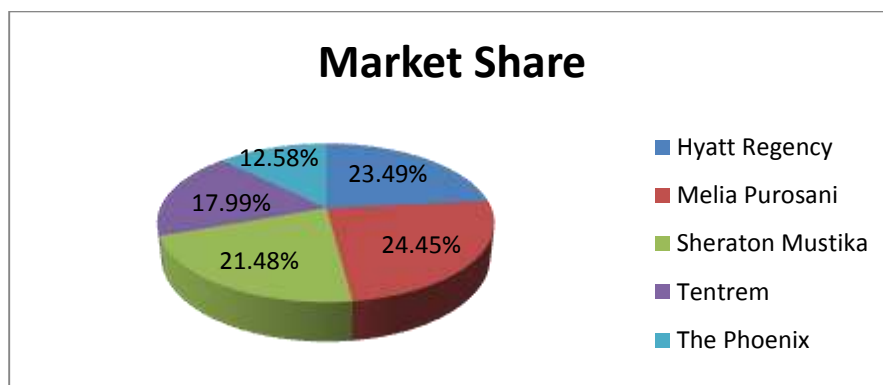
Tahun	Hotel Bintang (%)	Hotel Non-Bintang (%)
2013	61,87	38,60
2014	61,93	38,60
2015	63,72	38,45

Sumber: Badan Pusat Statistik Yogyakarta, 2016

Berdasarkan Tabel 1.3, terlihat bahwa tingkat penghunian kamar (TPK) hotel non-bintang pada tahun 2012 dan 2013 mengalami peningkatan, namun pada tahun 2014 tingkat penghunian kamar (TPK) non-bintang mengalami penurunan dari 38,60% pada tahun 2013 menjadi 36,63% pada tahun 2014. Untuk hotel berbintang pada tahun 2012 dan 2013 mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2014 tingkat penghunian kamar (TPK) hotel berbintang cenderung sama atau tidak ada perubahan dengan tahun 2013. Penurunan tingkat penghunian kamar hotel non-bintang disebabkan oleh pembangunan hotel di DIY semakin banyak

setiap tahunnya dan hotel berbintang lebih diminati oleh para wisatawan di DIY. Karena tingkat penghunian kamar yang semakin meningkat pada hotel berbintang, maka dalam hal fasilitas, kualitas produk, dan juga pelayanan akan semakin beragam dan menjadikan persaingan sangat ketat untuk hotel berbintang, terutama hotel bintang 5 yang memiliki kualitas yang sangat baik.

Sleman merupakan salah satu kabupaten di DIY yang banyak diminati para wisatawan karena banyaknya destinasi wisata di daerah tersebut, seperti Borobudur, Malioboro, Gunung Merapi, Monumen Jogja Kembali dan lain-lain. Jumlah hotel bintang 5 yang ada di Kabupaten Sleman cukup banyak dan membuat persaingan semakin ketat demi memberikan pelayanan yang terbaik untuk setiap wisatawan yang menginap. Salah satu hotel bintang 5 yang ada di Sleman yaitu Hyatt Regency Yogyakarta. Sebagai hotel bintang 5, Hyatt Regency Yogyakarta harus mampu bersaing dengan hotel-hotel yang memiliki konsep yang sama, sehingga untuk tahun berikutnya dapat bertahan dalam meraih pangsa pasar. Berikut ini pangsa pasar dari hotel bintang 5 di Kabupaten Sleman disajikan dalam Gambar 1.1



Sumber: Front Office Hyatt Regency Yogyakarta 2016

GAMBAR 1.1
MARKET SHARE HOTEL BINTANG 5 DI SLEMAN 2016

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa *market share* tertinggi pada hotel bintang 5 di Kabupaten Sleman yaitu hotel Melia Purosani. Dalam pangsa pasar, Hyatt Regency Yogyakarta masih kalah oleh Melia Purosani. Saat ini, Hyatt Regency Yogyakarta menjadi salah satu hotel resort terbaik di Yogyakarta dan menjadi pilihan utama turis ketika berkunjung ke Yogyakarta, letaknya yang

berada di pinggiran kota memberikan suasana yang nyaman dan tenang dengan luas taman hampir 24 hektar persegi dengan lapang *golf course* yang menjadi andalan dan latar gunung Merapi. Hyatt Regency Yogyakarta adalah salah satu dari jaringan Hyatt Internasional yang berada di Indonesia. Hotel ini memberikan suasana yang nyaman dan tenang dengan menawarkan keramahan dan kemewahan dengan sentuhan kultur tradisional budaya jawa yang sesuai dengan budaya Kota Yogyakarta. Meskipun Hyatt Regency Yogyakarta memiliki keunggulan dalam hal fasilitas dan lokasi yang cukup strategis, tidak menjamin penjualan kamar di Hyatt Regency Yogyakarta meningkat. Pada kenyataannya adalah tingkat hunian di Hyatt Regency Yogyakarta tidak stabil (mengalami fluktuasi). Selain itu, dampak dari persaingan tinggi pada industri perhotelan di Yogyakarta pun turut berpengaruh pada tingkat hunian kamar. Berikut data mengenai tingkat hunian di Hyatt Regency Yogyakarta.

TABEL 1.4
DATA TINGKAT HUNIAN KAMAR (*OCCUPANCY*) HOTEL HYATT
REGENCY YOGYAKARTA TAHUN 2012-2016

Tahun	Jumlah Hunian	<i>Occupancy</i> (%)
2014	54.403	59,25%
2015	54.133	58%
2016	61.408	65,09%

Sumber: *Front Office* Hyatt Regency Yogyakarta, 2017

Tabel 1.4 menunjukkan tingkat hunian setiap tahun di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta yang tidak stabil. Tingkat hunian di Hyatt Regency Yogyakarta pada tahun 2014 dan 2015 terus mengalami penurunan, akan tetapi pada tahun 2016 meningkat menjadi 65,09%. Dari ketidakstabilan tersebut diperkirakan karena kurang baiknya kualitas pelayanan yang ada di Hyatt Regency Yogyakarta, sehingga menyebabkan menurunnya tingkat kepuasan dari tamu. Dalam industri perhotelan kepuasan menjadi hal yang penting guna mendapatkan keuntungan, membantu perusahaan untuk mempertahankan tamu dan melindungi perusahaan dalam menghadapi pesaingnya (Shin et al., dan Metwally, 2013, hlm. 300).

Dengan adanya ketidakpuasan yang ditimbulkan oleh hotel, tamu pada akhirnya akan memilih produk atau jasa yang ditawarkan oleh hotel lain yang lebih menarik dan sesuai dengan harapan tamu. Melalui *guest comment*, ketidakpuasan tamu tergambar dari keluhan yang disampaikan selama menginap di Hyatt Regency Yogyakarta. Berikut merupakan data mengenai jumlah keluhan tamu yang menginap di Hyatt Regency Yogyakarta yang diambil melalui Medallia, *online survey* resmi milik Hyatt, yang dikirim langsung kepada konsumen setelah menginap.

TABEL 1.5
JUMLAH KELUHAN TAMU DALAM MEDALLIA ONLINE SURVEY
HYATT REGENCY YOGYAKARTA TAHUN 2014-2016

Tahun	Jumlah <i>Guest Participant</i>
2014	243
2015	229
2016	293

Sumber: *Front Office Department* Hyatt Regency Yogyakarta

Berdasarkan Tabel 1.5, membuktikan bahwa tamu masih merasakan kurangnya pelayanan yang diberikan pihak hotel. Berdasarkan *comment report* yang diberikan oleh tamu kepada pihak hotel melalui *Medallia online survey* yang dikelola oleh manajemen Hyatt, tidak puasnya tamu bersumber dari internal hotel yaitu dari masing-masing departemen operasional yang sebagian melakukan kontak langsung dengan tamu sehingga memungkinkan terjadinya keluhan karena adanya ketidakpuasan tamu terhadap pelayanan salah satu departemen. Selain itu, fasilitas hotel yang kurang baik atau tidak sesuai dengan ekspektasi dari tamu kepada hotel menjadi penyebab lain ketidakpuasan tamu.

Bentuk-bentuk keluhan yang terjadi pada tahun 2016 berdasarkan *Medallia complaint summary* terhadap pelayanan dan fasilitas yang ada di Hyatt Regency Yogyakarta pada tahun 2016 cukup beragam. Fasilitas dan pelayanan yang dikeluhkan seperti kondisi hotel yang tidak sesuai dengan standar yang ada pada Hyatt *International*. Keluhan yang paling banyak yaitu pada toilet dan kasur di kamar hotel, kamar mandi yang tidak berfungsi dengan baik, shower yang rusak

dan tidak adanya air panas yang keluar dari *shower*, *furniture* yang sudah usang/tua dan AC kurang dingin yang tidak dapat diatur sendiri suhunya. Saluran air pun terkadang banyak dikeluhkan oleh tamu karena tidak berjalan dengan baik. Karena kamar yang tidak kedap suara mengakibatkan banyaknya keluhan mengenai kegaduhan yang ditimbulkan oleh tamu lain, seperti anak-anak yang berlarian dilorong membuat suara langkah kaki yang berisik, volume tv terlalu keras, dan tidak dapat menikmati kenyamanan dan ketenangan akibat suara gaduh yang ditimbulkan tamu lain jika tingkat hunian hotel mencapai *full book*. Walaupun pelayanan karyawan dinilai sudah cukup baik, namun masih ada yang mengeluh karena kurang jelasnya informasi yang diberikan oleh karyawan sehingga terkadang terjadi kesalahpahaman pada tamu tentang informasi yang diberikan oleh karyawan. Oleh karena itu, fokus utama Hyatt Regency Yogyakarta saat ini adalah membuat tamu merasa puas setelah terjadi kegagalan jasa yang diakibatkan oleh permasalahan diatas.

Maka dengan adanya permasalahan yang terjadi pihak hotel perlu memperbaiki fasilitas yang ada dan meningkatkan pelayanan dengan sebaik mungkin. Untuk itu, pihak hotel mengadakan *training* yang ditujukan untuk seluruh staff hotel sebagai strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam melayani tamu. Selain *training*, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta melakukan serangkaian strategi untuk meningkatkan kepuasan tamu. Meskipun hotel berusaha keras untuk menyediakan pelayanan dengan sangat baik pada setiap tamu, sifat dasar perusahaan melakukan kesalahan dan ketidaksempurnaan yang dimiliki manusia tidak dapat dihindari, hal tersebut membuat strategi *service recovery* penting (Nwokorie, 2016, hlm. 2).

Menurut Bapak Budi Sihing selaku *Director of Room* Hyatt Regency Yogyakarta, salah satu strategi yang menjadi fokus utama adalah melalui penerapan program *service recovery*. *Service recovery* dilakukan ketika terjadi sesuatu yang salah atau gagal dalam proses penyampaian jasa. *Service recovery* merupakan bentuk tanggung jawab dari hotel dalam mengambil tindakan cepat untuk memastikan tercapainya hasil yang diinginkan dan meralat proses yang gagal sehingga kegagalan tersebut tidak terulang kembali (Fabian dan Jeff dalam

Nwokorie, 2016, hlm. 1). Berikut Tabel 1.6 merupakan penjelasan mengenai *service recovery* yang dilaksanakan oleh Hyatt Regency Yogyakarta.

TABEL 1.6
PELAKSANAAN *SERVICE RECOVERY* DI HYATT REGENCY
YOGYAKARTA

No.	Program	Implementasi
1.	<i>Communication</i>	Hyatt Regency Yogyakarta mengimplementasikan <i>communication</i> dengan mendengarkan keluhan tamu dengan baik kemudian berusaha menjelaskan dan menyelesaikan keluhan dari tamu.
2.	<i>Empowerment</i>	Hyatt Regency Yogyakarta mengimplementasikan <i>empowerment</i> dengan memberikan wewenang kepada setiap karyawan untuk menangani secara langsung apabila ada keluhan dari tamu.
3.	<i>Feedback</i>	Hyatt Regency Yogyakarta mengimplementasikan <i>feedback</i> dengan memberikan informasi mengenai kesalahan yang terjadi dan apa yang telah dilakukan oleh karyawan sebagai bentuk pemecahan masalah.
4.	<i>Atonement</i>	Hyatt Regency Yogyakarta mengimplementasikan <i>atonement</i> dengan permintaan maaf kepada tamu atas ketidaknyamanan yang terjadi berupa <i>apology letter with complimentary or compensation</i> dan melaksanakan program GEM by Hyatt serta memastikan akan menangani keluhan tamu dengan baik.
5.	<i>Explanation</i>	Hyatt Regency Yogyakarta mengimplementasikan <i>explanation</i> dengan menyampaikan alasan dengan jelas dan ringkas tentang permasalahan apa yang dialami oleh tamu sehingga mengakibatkan tamu merasakan kegagalan jasa.
6.	<i>Tangibles</i>	Hyatt Regency Yogyakarta mengimplementasikan <i>tangibles</i> dengan penampilan yang <i>well grooming</i> , selalu menggunakan bahasa yang sopan dan penanganan keluhan yang profesional.

Sumber: *Front Office Department* Hyatt Regency Yogyakarta, 2017

Puas atau tidaknya tamu tercipta ketika pertama kali merasakan produk atau pelayanan yang pernah dirasakan sebelumnya sehingga timbul perbandingan produk atau layanan dengan hotel lainnya. Jika kegagalan jasa terjadi saat proses penyampaian jasa, maka akan mengakibatkan ketidakpuasan dari tamu. Dalam Medallia *online survey*, yang dikirim langsung oleh pihak hotel ke *e-mail* dan diisi oleh tamu selama menginap, sebagian besar dari tamu menyatakan ketidakpuasan

pada pelayanan yang diberikan oleh hotel. *Service recovery* memiliki pengaruh penting untuk mengembalikan kepuasan pelanggan di industri hotel. Akan tetapi, hal ini harus dilakukan dengan strategi yang baik dan benar agar tidak adanya permasalahan yang lebih lanjut. Oleh karena itu, pihak Hyatt Regency Yogyakarta menggunakan kesempatan ini untuk melakukan perbaikan pelayanan agar menciptakan kepuasan kepada tamu dan membuat tamu melakukan *word-of-mouth* yang positif. Keberhasilan *service recovery* mempengaruhi *customer outcomes* seperti, *customer satisfaction*, *re-purchase intention*, dan *positive word-of-mouth* (Tax dan Brown dalam Nwokorie, 2016, hlm. 1)

Pihak manajemen hotel harus memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan konsumen terlebih dahulu, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara maksimum setelah terjadi kegagalan penyampaian jasa. Berdasarkan uraian diatas untuk mengetahui pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan tamu di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta, maka perlu diadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Service Recovery Terhadap Kepuasan Tamu”** (Survei kepada tamu individu yang melakukan komplain di Hyatt Regency Yogyakarta)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan *service recovery* pada Hyatt Regency Yogyakarta
2. Bagaimana gambaran kepuasan tamu di Hyatt Regency Yogyakarta
3. Bagaimana pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan tamu di Hyatt Regency Yogyakarta

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Pelaksanaan *service recovery* pada Hyatt Regency Yogyakarta
2. Gambaran kepuasan tamu di Hyatt Regency Yogyakarta

3. Pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan tamu di Hyatt Regency Yogyakarta

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terdiri dari kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Dalam hal ini kegunaan teoritis dipengaruhi oleh teori lama maupun modifikasi, sedangkan kegunaan praktis berkaitan dengan kegunaan untuk perusahaan. Kegunaan tersebut antara lain sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata terfokus pada *service recovery* dan kepuasan tamu pada industri perhotelan. Serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pariwisata khususnya industri perhotelan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan penelitian secara praktis adalah memberikan masukan bagi manajemen Hyatt Regency Yogyakarta dalam meningkatkan kunjungan tamu individual khususnya melalui *service recovery* untuk meningkatkan kepuasan tamu yang menginap di Hyatt Regency Yogyakarta. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi strategi bagi manajemen Hyatt Regency Yogyakarta dalam mempertahankan bahkan meningkatkan okupansi hotel.